

ANALISIS KEMAMPUAN KOMUNIKASI VERBAL MENULIS WARTAWAN IMPLIKASINYA PADA CITRA MEDIA HARIAN LOKAL DI KOTA SERANG

Restu Wahyuni

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Serang Raya

Jl. Raya Serang-Cilegon Km 5 – Kota Serang Banten

Email: rst_wahyuni@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya implikasi kemampuan komunikasi verbal wartawan khususnya dalam menulis berita terhadap citra media harian lokal di kota serang. Hasil Penelitian menunjukkan hubungan antara kemampuan komunikasi verbal wartawan dengan citra media harian local bernilai positif yaitu 0.514 berarti kemampuan komunikasi verbal wartawan yang ada selama ini memiliki hubungan yang menurut Guilford korelasi berada antara 0.40 – 0.70 yang berarti korelasi sedang. Sementara besarnya kontribusi hubungan kedua variable tersebut melalui perhitungan koefisien determinasi sebesar $r^2 = 26\%$. Sedangkan pengaruh positif ditunjukkan dengan garis regresi $Y = 19.185 + 0,337 X$ artinya jika kemampuan komunikasi verbal diprioritaskan maka secara otomatis akan diikuti peningkatan citra media harian local di kota serang. Uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan nilai $t_{hitung} = 3.167$ dan dengan $\alpha 0.05$ dk $n-2$ ($30-2=28$) menghasilkan $t_{tabel} 2.052$, setelah dibandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka t_{hitung} berada pada daerah penerimaan H_a pernyataannya adalah ada pengaruh positif dan signifikan kemampuan komunikasi verbal yang telah diterapkan selama ini terhadap citra media harian lokal di kota Serang.

Kata Kunci : Komunikasi verbal Menulis dan Citra Media Harian lokal

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Peran perusahaan penyedia informasi, baik media elektronik atau cetak tidak dapat begitu saja dilepaskan dalam kehidupan masyarakat. Hal ini disebabkan masyarakat yang mengkonsumsi informasi, dimana informasi tersebut dapat menunjang kehidupan mereka. Sehingga keberadaan perusahaan-

perusahaan tersebut merupakan penghubung komunikasi masyarakat untuk menjangkau masyarakat yang lainnya.

Perusahaan media informasi sangat berkembang pesat di provinsi ini, ditandai semakin banyaknya bermunculan perusahaan-perusahaan media lokal seperti surat kabar, stasiun televisi dan stasiun radio. Hal ini mengakibatkan tingkat

persaingan dibidang media informasi menjadi semakin ketat. Dikatakan oleh Wikan, berkurangnya oplah surat kabar karena kebiasaan masyarakat yang lebih menyukai informasi melalui tayangan televisi. Tontonan televisi dianggap lebih menarik karena disajikan dalam bentuk gambar bergerak, sementara surat kabar lebih banyak menampilkan kata-kata yang harus dibaca jika ingin mengetahui isinya. (*Kompas*, 5 Desember 2007).

Oleh karena itu khususnya media cetak, penulisan berita yang baik dan benar merupakan modal utama bagi seorang wartawan. Sehingga reportase yang ingin ia sampaikan benar-benar dapat ditangkap oleh para pembaca dengan baik. komunikasi verbal menulis bagi wartawan merupakan sarana untuk menjalin hubungan dengan konsumen atau pelanggan yang pada muaranya akan berimplikasi pada baik buruknya persepsi pada citra media harian lokal dimana wartawan itu beraktifitas.

Namun sampai saat ini masih banyak wartawan yang belum memahami pentingnya meningkatkan komunikasi verbal menulis. Mereka menganggap bahwa

keahlian komunikasi verbal menulis merupakan keterampilan yang datang dengan sendirinya pada diri seseorang, maka tidak perlu secara khusus belajar bagaimana cara berkomunikasi verbal yang baik, sehingga menyebabkan tujuan efektivitas berita tidak maksimal.

Seperti yang dikeluhkan oleh pembaca, ketika membaca koran harian Suara Merdeka edisi Sabtu, 6 April 2013 “Optimis Masuk Live Show tantang kesan dan perjalanan Muhammad Bayu, pemuda asal Semarang yang berhasil menembus babak *The Battle* dalam ajang *The Voice Indonesia*.” Baru membaca kalimat awal saja sudah tergelitik untuk mengulangi lagi membaca bagian tersebut demi meyakinkan apakah pembaca salah membaca atau memang tulisannya yang jungkir balik. Tapi apa yang dibacanya bukan hanya menggelitik rasa ingin tahu tapi lebih mengundang rasa heran mengapa sebuah media sebesar Suara Merdeka bisa menampilkan tulisan yang susunannya kacau seperti demikian.

Kemudian dalam penelitian Ahmad Djama, Asna Ntelu, Supriyadi, hasil penelitian menunjukkan bahwa kalimat pada

berita politik di Harian Gorontalo Post belum efektif. Hal ini dapat dilihat dari kesepadanan struktur, keparalelan bentuk, ketegasan makna, kehematan kata, kecermatan penalaran, keterpaduan gagasan, dan kelogisan makna. Simpulan dari penelitian ini bahwa dalam surat kabar Harian Gorontalo Post penggunaan kalimat pada berita politik khususnya kalimat efektif terdapat makna yang berbeda.

Masalah-masalah tersebut pada akhirnya akan berimplikasi pada persepsi masyarakat tentang keberadaan citra media tersebut. Oleh karena itu upaya-upaya untuk menjadikan komunikasi yang baik merupakan tantangan organisasi karena keberhasilan untuk mencapai tujuan tergantung pada bagaimana sumberdaya yang ada didalamnya membangun citra media yang baik.

Rumusan Masalah

Untuk dapat memberikan arah yang spesifik dalam penelitian ini, maka sesuai dengan latar belakan masalahnya dapatlah ditetapkan rumusan masalah dalam penelitian ini:

- Bagaimana komunikasi verbal wartawan media harian lokal di Kota Serang
- Seberapa besar pengaruh komunikasi verbal Wartawan mempengaruhi Citra Media harian local di kota serang

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan Komunikasi verbal wartawan harian local di kota serang
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Komunikasi verbal wartawan terhadap Citra Harian Lokal di kota serang

B. TINJAUAN TEORI

Komunikasi verbal

Zuhri (2010:39) menyatakan bahwa komunikasi verbal adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan bahasa, baik berupa bahasa lisan maupun bahasa tulisan”. Penting untuk diketahui bahwa dalam kegiatan bisnis peran komunikasi verbal sangat dominan. Mengacu pada pendapat Zuhri (2010:39), jika dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan tidak menggunakan

komunikasi verbal maka fungsi-fungsi tersebut tidak akan dapat dilaksanakan. Begitu juga dalam memberikan instruksi, pengarahan, dan sebagainya kepada karyawan, pimpinan tidak melakukannya dengan komunikasi verbal tetapi hanya menggunakan isyarat saja pasti akan timbul banyak kesulitan karena instruksi dan pengarahan itu tidak akan dapat dipahami dengan baik oleh para karyawan. Sebaliknya karyawan yang ingin menyampaikan pendapat, usulan, keluhan, dan sebagainya kepada pimpinan pun tidak dapat melakukannya secara efektif.

Menurut Deddy Mulyana (2005:260), komunikasi verbal ternyata tidak semudah yang dibayangkan. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Suatu kode verbal disebut bahasa. Bahasa verbal adalah sarana utama yang menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang merepresentasikan berbagai aspek realitas individual kita.

Menurut Larry L. Barker (2005:266), bahasa memiliki 3 fungsi: penamaan, interaksi, dan

transmisi informasi. Penamaan mengacu pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain. Fungsi bahasa inilah yang disebut fungsi transmisi.

Tujuan komunikasi verbal

Zuhri (2010:40) menyatakan bahwa komunikasi verbal mempunyai peranan yang sangat penting dalam organisasi. Tanpa adanya komunikasi verbal yang efektif, maka kegiatan apapun akan banyak mendapatkan masalah.

Macam-macam komunikasi verbal

Menurut Zuhri (2010:41-43), terdapat beberapa macam komunikasi verbal. Berikut penjelasannya :

1) Komunikasi lisan

Komunikasi lisan merupakan komunikasi yang paling banyak dilakukan dalam kegiatan sehari-hari baik dalam urusan pribadi maupun bisnis. Dalam praktek komunikasi bisnis komunikasi lisan dapat

berupa pemberian instruksi, penjelasan, laporan lisan, pembicaraan untuk mendapatkan persetujuan atau suatu kebijakan yang akan diambil, usulan, pujian, teguran, presentasi, negosiasi dan sebagainya..

Bovee dan Thill (2003) mengatakan bahwa komunikasi lisan memberikan umpan balik yang lebih cepat. Baik saat menggunakan telepon atau tatap muka atau dalam rapat, komunikasi lisan dijadikan sarana untuk mengungkapkan gagasan. Dalam berkomunikasi lisan, terdapat 2 keterampilan kunci, yaitu berbicara dan mendengarkan.

2) Komunikasi tertulis

Menurut Philip V Lewis (2010:43) ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam komunikasi tertulis, yaitu:

- a) Penampilan
- b) Pilihan Kata
- c) Perumusan kalimat sebaiknya singkat, padat dan mudah dipahami

d) Perumusan kalimat menggunakan tata bahasa yang baik dan benar

e) Kelengkapan informasi

f) Kesopan santunan

Citra Perusahaan

Citra merupakan tujuan pokok sebuah perusahaan tercipta suatu citra perusahaan (*corporat image*) yang baik dimata khalayak atau publiknya akan banyak menguntungkan, misalnya akan menularkan “citra” yang serupa kepada semua produk barang dan jasa yang dihasilkan dibawahnya, termasuk para pekerjanya (*employee relations*) akan menjadi suatu kebanggaan tersendiri dan menimbulkan rasa memiliki (*sense of owership*) terhadap perusahaan tempat mereka bekerja. Menurut Soemirat dan Ardianto mengatakan bahwa “citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas”, (Soemirat dan Ardianto, 200:113).

Citra perusahaan adalah *Fragile Commodity* (komoditi yang rapuh atau mudah pecah). Namun, kebanyakan perusahaan yang meyakini bahwa citra yang positif

adalah esensial, sukses yang berkelanjutan dan dalam jangka panjang. Citra akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan, citra juga jarang disadari oleh perusahaan-perusahaan dalam jangka panjang akan memberi banyak manfaat bagi perusahaan, seperti yang disebutkan oleh Sutojo dalam bukunya "Membangun citra Perusahaan", yaitu:

1. Daya saing jangka menengah dan jangka panjang yang mantap (*mid and long term sustainable competitive position*)
2. Menjadi perisai selama krisis (*an insurance for adversetimes*)
3. Menjadi daya tarik eksekutif handal (*attracting the best executive available*)
4. Menyatakan efektifitas strategi pemasaran (*increasing the effectiveness of marketing instruments*)
5. Penghematan biaya operasional (*cost saving*), (Sutojo, 2004:3)

Ada beberapa jenis citra menurut Jefkins dalam Soemirat dan

Ardianto, mengemukakan jenis-jenis citra antara lain :

1. *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaannya.
2. *The current image* (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini biasanya bertentangan dengan *mirror image*
3. *The wish image* (citra yang diinginkan), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum publik eksternal memperoleh informasi secara lengkap
4. *The multiple image* (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk

citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan. (Soemirat dan Ardianto, 2004:117)

Citra perusahaan yang baik dan kuat akan tumbuh menjadi kepribadian perusahaan, oleh karena itu ia tidak mudah dijiplak oleh perusahaan lain. Citra baik perusahaan akan dapat menjadi tembok pembatas bagi perusahaan, saingan yang menempatkan mereka pada potensi pimpinan pasar (*market leader*), (Sutojo, 2004:39).

Proses Terbentuknya Citra Perusahaan

Bunchari Alma menegaskan bahwa, “Citra dibentuk berdasarkan impresi, berdasarkan pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan” (2002). Sedangkan pentingnya citra perusahaan dalam pandangan David W. Cravens disebutkan, “citra atau merek perusahaan yang baik merupakan keunggulan bersaing yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen” (Alih bahasa Lina Salim, 1996). Perasaan puas

atau tidaknya konsumen terjadi setelah mempunyai pengalaman dengan produk maupun perusahaan yang diawali adanya keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan keberadaan citra perusahaan yang baik penting sebagai sumber daya internal objek dalam menentukan hubungannya dengan perusahaan.

Citra perusahaan merupakan hal yang abstrak. Sutisna mengatakan, “Suatu hal yang dianalisis mengapa terlihat ada masalah citra perusahaan adalah organisasi dikenal atau tidak dikenal” (2001). Dapat dipahami keterkenalan perusahaan yang tidak baik menunjukkan citra perusahaan yang bermasalah. Masalah citra perusahaan tersebut, dalam keberadaannya berada dalam pikiran atau perasaan konsumen. Berdasarkan pendapat pendapat tersebut, keberadaan

Elemen-Elemen dari Citra Perusahaan

Rhenald Kasali (2003) mengemukakan, “pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap menghasilkan citra yang tidak sempurna”. Dia juga

mengemukakan, informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat element sebagai berikut:

1. Personality :Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.
2. Reputation : Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
3. Value: Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan
4. Corporate Identity: Komponen-komponen

yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

C. METODE PENELITIAN

Metode yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan metode survei di mana penelitian dilakukan dengan mengambil sampel dari seluruh populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Sugiyono, 1999). Penelitian dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai komunikasi verbal wartawan pada harian local implikasinya pada citra media di kota serang

Populasi dan Sample.

Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang berlangganan harian local di lingkungan kota Serang sedangkan jumlah sample 30 pelanggan harian local di kota serang

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Komunikasi Verbal Menulis wartawan

Indikator	Nomor Butir	Skala
Penampilan	1	interval
Pilihan kata	2	interval
Perumusan kalimat	3	interval
• Kalimat Padat	4	
• Kalimat mudah dipahami	5	
• Bahasa yang baik	6	
• Bahasa yang benar		
Informasi lengkap	7	Interval
Sopan dan santun	8	interval

Citra Media

Indikator	Nomor Butir	Skala
Personality		
• Tingkat kepercayaan pada pengguna	1	Interval
• Tanggungja wab sosial	2	Interval
Reputation		
• Pengalaman perusahaan	3	Interval
Value		
• Sikap manajemen terhadap permintaan	4	Interval
• Sikap manajemen terhadap keluhan	5	Interval
Coporate		

Identity	6	Interval
• Nama perusahaan		
• Slogan perusahaan	7	Interval

Analisis Regresi dan Koefisien determinasi

- Untuk mengetahui Tingkat signifikansi Pengaruh komunikasi verbal wartawan terhadap Citra media harian local dilakukan perhitungan analisis regresi (Umar, 2000; 316)
- Untuk mengetahui besarnya kontribusi komunikasi verbal wartawan pada citra media harian local di kota serang di lakukan dengan analisis koefisien Determinasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kenormalan Data

Sebelum dilakukan pengolahan data dan interprestasi maka dilakukan terlebih dahulu pengujian kenormalan terhadap data penelitian sebagai salah satu syarat dalam menggunakan analisis regresi dan penghitungan dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 21 hasilnya adalah:

Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) untuk mengutarakan hasil surveynya semua variable pada table terhadap suatu kejadian, sehingga

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
KOMUNIKASI_VERBAL_MENULIS	.085	30	.200*	.960	30	.315
CITRA_MEDIA_HARIAN_LOKAL	.168	30	.030	.925	30	.066

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

perhitungan adalah Komunikasi verbal menulis = 0.315 dan citra media harian lokal = 0,066 merupakan nilai p selanjutnya kita bandingkan dengan ketentuan alfa yaitu Jika nilai p lebih besar dari 0.05 maka kesimpulan yang diambil sebaran data berdistribusi normal, maka hasil perhitungan dengan uji normalitas dari semua variable yang kita uji dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal. Dipilih pengujian Saphiro-Wilk karena sampel pada penelitian ini kurang dari 50 sampel

ketika komunikasi verbal menulis tersebut dituangkan dalam suatu media cetak, ketika komunikasi verbal menulis tersebut baik penyampaianannya akan dapat meningkatkan kepuasan bagi pembacanya namun sebaliknya, akan mendapat persepsi buruk berikut adalah kemampuan komunikasi verbal wartawan menurut persepsi pelanggan

Komunikasi Verbal Menulis Wartawan di Kota Serang

Komunikasi menulis bagi karyawan merupakan sarana untuk

NO	PERTANYAAN	KOMUNIKASI VERBAL MENULIS		
		NILAI MAKSIMAL	NILAI PERSEPSI	%
1	Tampilan bahasa	150	128	85%
2	Pilihan Kata	150	129	86%
3	Kepadatan berita	150	128	85%
4	Kemudahan memahami kalimat	150	129	86%
5	Penggunaan bahasa	150	125	83%

6	akurasi penyampaian	150	124	83%
7	Informasi lengkap	150	124	83%
8	Penyampaian bahasa sopan dan santun	150	126	84%

Berdasarkan tabel tersebut dengan berpedoman Skor Tertinggi 150, dan skor terendah 30, maka mengindikasikan bahwa komunikasi verbal menulis wartawan masih terdapat kelemahan terutama pada penggunaan bahasa dalam menyampaikan beritanya, tingkat akurasi berita yang masih belum maksimal karena tidak secara detail dalam menyampaikan informasi beritanya, hal ini dapat dikatakan karena menurut persepsi responden pada indikator tersebut adalah memiliki nilai jauh dari nilai maksimalnya, namun untuk indikator yang lain kemampuan komunikasi verbal menulis wartawan sudah baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa walaupun terdapat kelemahan kemampuan komunikasi verbal menulis wartawan sudah cukup baik.

Citra Media Harian Lokal di Kota Serang

Sedangkan untuk mengetahui bagaimana kondisi citra media harian lokal berikut adalah

hasil pengolahan data yang dideskriptifkan

No	PERTANYAAN	CITRA MEDIA HARIAN LOKAL		
		NILAI MAKSIMAL	NILAI PERSEPSI	%
1	Tingkat kepercayaan pelanggan	150	134	89%
2	Tanggungjawab sosial perusahaan	150	102	68%
3	Pengalaman perusahaan	150	135	90%
4	Sikap manajemen terhadap permintaan	150	113	75%
5	Sikap manajemen terhadap keluhan	150	136	91%
6	Nama perusahaan	150	129	86%
7	Slogan Perusahaan	150	133	89%

Berdasarkan tabel bahwa citra media harian lokal menurut persepsi pelanggan sudah dikatakan cukup baik terutama pada kemampuan perusahaan pada saat merespon pelanggan dalam segala keluhan yang terjadi pada pelanggan, dan menurut persepsi pelanggan perusahaan sangat berpengalaman dalam menangani baik keluhan maupun dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan

Pengaruh Komunikasi Verbal Menulis Wartawan Terhadap

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.514 ^a	.264	.237	2.369

a. Predictors: (Constant),

KOMUNIKASI_VERBAL_MENULIS

Citra Media Harian Lokal di Kota Serang

Untuk mengetahui sampai sejauh mana Pengaruh Komunikasi Verbal Menulis Wartawan Terhadap Citra Media Harian Lokal di Kota Serang digunakan perhitungan analisa regresi adalah sebagai berikut :

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.185	3.619		5.301	.000
	KOMUNIKASI_VE	.337	.106	.514	3.167	.004
	RBAL_MENULIS					

a. Dependent Variable: CITRA_MEDIA_HARIAN_LOKAL

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 21 maka persamaan regresinya adalah adalah **$Y = 19.185 + 0.337x$** Artinya secara statistic apabila ada peningkatan kemampuan komunikasi verbal menulis wartawan meningkat sebesar 1% maka akan mengakibatkan peningkatan prosentase 1% pada citra media harian local di kota serang untuk wartawan. misalnya untuk komunikasi verbal wartawan naik 1 kegiatan maka pengaruh kenaikan pada citra perusahaan sebagai variable Y adalah :

$$\begin{aligned}
 Y &= 19.185 + 0.337x \\
 &= 19.185 + 0.337 (1) \\
 &= 19.185 + 1.337 \\
 &= 20.552
 \end{aligned}$$

Selanjutnya untuk mengukur seberapa besar kontribusi komunikasi verbal menulis wartawan terhadap citra media harian local digunakan koefisien determinasi sebagai berikut :

Berdasarkan hasil perhitungan memberikan makna bahwa hasil perhitungan koefisien determinasi menggambarkan besarnya kontribusi pengaruh komunikasi verbal wartawan terhadap citra media

komunikasi adalah 26 % sedangkan 74 % dipengaruhi oleh faktor lain

Pengujian Hipotesis

Kemudian dilakukan uji hipotesis dengan berdasarkan tabel koefisien regresi dapat diketahui bahwa nilai t tabel 3.167 Selanjutnya mencari nilai t table dengan menggunakan nilai kritis distribusi normal t dengan ketentuan degree of freedom atau $dk = (n - 2) 30 - 2 = 28$ dan $\alpha 0.05$ maka t tabel $(0.05)(28) = 2.045$ oleh karena nilai $t = 3.167$ lebih besar daripada nilai t tabel (uji dua ekor) maka H_0 diterima artinya ada pengaruh positif dan signifikan kemampuan komunikasi verbal menulis wartawan terhadap citra media harian local di kota Serang.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pengolahan data, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Komunikasi Verbal Menulis Wartawan

- Dari hasil analisis penghitungan Deskriptif kebanyakan responden berpendapat bahwa komunikasi verbal

wartawan sudah cukup baik walaupun masih terdapat indikator yang lemah menurut persepsi pelanggan

- Pengaruh positif ditunjukkan oleh garis regresi artinya jika variabel komunikasi verbal menulis wartawan kondisinya diperbaiki atau ditingkatkan 1%, maka secara otomatis citra media harian local meningkat sebesar 1% juga.
- uji hipotesis membuktikan diterima artinya ada pengaruh positif dan signifikan kemampuan komunikasi verbal menulis wartawan terhadap citra media harian local di kota Serang

DAFTAR PUSTAKA

- Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia, Professional Books*, Jakarta, 1997
- Kaloh J. 2009. *Kepemimpinan Kepala Daerah*. Jakarta : Sinar Grafika
- Mulyana, Deddy. (2005). Ilmu Komunikasi: Suatu

Pengantar. Bandung Remaja
Rosda Karya.

Nawawi Hadari, 2003, *Administrasi
Personel*, Jakarta, Haji
Mas Agung,

Soemirat dan Ardianto, 2004:117
Kamus Bahasa Indonesia

Syarif Makmur, M.SI.DR.2007.
Pemberdayaan Sumber Daya
Manusia dan Efektivitas
Organisasi. Jakarta: PT. Raja
Grafindo Persada

Wiryanto, *Pengantar Ilmu
Komunikasi*, Gramedia
Widiasarana Indonesia,
Jakarta, 2004

Azwar, Saifuddin.2010.*Penyusunan
Skala Psikologi*.Pustaka
Pelajar:Yogyakarta

Ahmad Djama, Asna Ntalu,
Supriyadi, **2014** Penggunaan
Kalimat Efektif Pada Berita
Politik Di Harian Gorontalo
Post Kim *Fakultas Sastra Dan
Budaya*

http://www.kompasiana.com/wardhanahendra/kekacauan-tulisan-harian-suara-merdeka-dan-masalah-kompetensi-jurnalis-indonesia_552af0966ea834154c552d52

<http://kim.ung.ac.id/index.php/KIMF/SB/article/view/5236/0>